



FATECS – FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE TURISMO

**SUGESTÃO DE ROTEIRO GASTRONÔMICO EM BRASÍLIA COMO FATOR DE
DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

BÁRBARA MENCARINI VASCONCELOS

R.A. 2053342/6

PROF.(A) ORIENTADOR(A): ROBERTA LOUISE TOMELIN

Brasília/ DF, novembro de 2008

BÁRBARA MENCARINI VASCONCELOS

**SUGESTÃO DE ROTEIRO GASTRONÔMICO EM BRASÍLIA COMO FATOR DE
DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do Curso de Turismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof(a). Orientador(a): Roberta Louise Tomelin.

Brasília/ DF, novembro de 2008

BÁRBARA MENCARINI VASCONCELOS

**SUGESTÃO DE ROTEIRO GASTRONÔMICO EM BRASÍLIA COMO FATOR DE
DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

Monografia apresentada como um dos
requisitos para conclusão do curso de Turismo
do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof(a). Orientador(a): Roberta Louise Tomelin

Banca examinadora:

**Prof(a).
Orientador(a)**

**Prof(a).
Examinador(a)**

**Prof(a).
Examinador(a)**

Brasília/ DF, novembro de 2008

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora que tanto me ajudou nesta etapa tão importante da minha jornada acadêmica e aos meus professores por todo o ensinamento que me passaram.

DEDICATÓRIA

A Deus que sempre me ampara, à minha família que sempre me incentivou e esteve presente em todos os momentos e ao Guilherme pela paciência e apoio.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo elaborar uma sugestão de roteiro gastronômico para Brasília como fator de desenvolvimento do turismo. Devido ao fato da Capital ser considerada o terceiro pólo gastronômico do Brasil, é uma cidade que possui diversos restaurantes de qualidade e renome e, também por pontos turísticos atraentes, o que propicia a promoção de um roteiro gastronômico. Para tanto, realizou-se pesquisa de abordagem qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental, a qual facilitou a coleta dos dados obtidos. Para a coleta de dados, os métodos utilizados corresponderam a entrevistas abertas com algumas personalidades da área da gastronomia local. Devido à falta de um roteiro gastronômico para o visitante que procura a capital, a cidade oferece um perfil característico ao planejamento e desenvolvimento desse tipo de segmento, bem como por ser uma cidade com importância gastronômica reconhecida nacionalmente.

Palavras-chave: Turismo; Gastronomia; Roteiro Gastronômico.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Objetivos	9
1.1.1 Objetivo geral.....	9
1.1.2 Objetivos específicos.....	9
1.1.3 Hipótese	9
2 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	10
2.1 Procedimentos de coleta dos dados.....	11
2.2 Instrumentos.....	11
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
3.1 Concepções acerca doTurismo	13
3.2 Concepções acerca de Gastronomia	15
3.3 Gastronomia e Turismo.....	16
3.4 Roteiros Gastronômicos.....	17
3.5 Turismo e Gastronomia em Brasília.....	20
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	24
5 SUGESTÃO DE ROTEIRO GASTRONÔMICO.....	26
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
APÊNDICE A.....	38

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Maior Fonte de Gastos dos Turistas em Brasília nos cinco Estudos Realizados.....	18
FIGURA 2- Porcentagem do total dos gastos do turista na região.....	19
FIGURA 3- Perspectiva de gasto com serviços em Brasília/DF.....	19

1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais o homem viaja a procura de momentos de lazer e acaba trocando experiências por meio de costumes locais e, principalmente pelos hábitos alimentares que o turista leva consigo por onde passa.

Logo, surge a ligação entre gastronomia e turismo que é a integração entre os costumes de um povo com a culinária de um local, levando turistas a experimentá-los.

Brasília, por exemplo, é uma cidade onde há uma mistura de pessoas de todas as regiões do Brasil, e por isso agregou à sua cultura valores de outros estados, bem como a culinária típica de cada um, não tendo, portanto, sua gastronomia tradicional.

Mas, devido à necessidade de atender as pessoas que vêm à Brasília de vários lugares do país e do mundo, a cidade oferece restaurantes para vários gostos e opções. Entre seus atrativos turísticos, a cidade conquistou, então, o posto de 3º pólo gastronômico do Brasil, ficando atrás apenas de São Paulo e Rio de Janeiro, assim como relata em entrevista Fernando Cabral, atual presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), isso significa grande potencial para a criação de um roteiro gastronômico, com alguns restaurantes de destaque na cidade como meio de desenvolvimento do turismo local.

Como medida para aproveitar o potencial que a capital do Brasil oferece, surge a questão de se analisar neste estudo a viabilidade de um roteiro gastronômico em Brasília de modo que o turismo local possa se beneficiar. O presente projeto de pesquisa parte então do seguinte problema:

Há viabilidade de se sugerir um roteiro gastronômico que contribua para o desenvolvimento turístico de Brasília?

Como resposta para tal pergunta, pode-se observar no próximo item, o objetivo do estudo.

1.1 Objetivos de pesquisa

1.1.1 Objetivo geral

- Analisar a viabilidade da implantação de roteiro gastronômico para o desenvolvimento do turístico de Brasília.

1.1.2 Objetivos específicos

- Apresentar uma sugestão de roteiro gastronômico para Brasília como fator de desenvolvimento do turismo.
- Analisar o perfil gastronômico da cidade de Brasília.
- Investigar as contribuições de roteiros gastronômicos ao desenvolvimento do turismo.
- Identificar os elementos necessários para a elaboração de um roteiro gastronômico.

1.1.3 Hipótese

A elaboração de um roteiro gastronômico pode aumentar o potencial de atratividade que possui importância complementar na oferta turística de Brasília, possibilitando, então, que se agregue setores ligados ao turismo, como hotelaria, meios de transporte, agências de viagem e comércio local de modo que movimente a economia local devido o consumo do turista que visita a cidade, que gasta com serviços e produtos locais.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Esta pesquisa consiste em um estudo sobre a possibilidade de elaboração de um roteiro gastronômico em Brasília como fator de incremento do turismo. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, abordando definições de turismo, gastronomia, roteiros gastronômicos e turismo e gastronomia em Brasília para levantar os principais conceitos desenvolvidos por diversos autores sobre o assunto. Pôs-se em prática, então, a pesquisa documental, com o propósito de levantar dados a partir de documentos de órgãos públicos e privados. O presidente da ABRASEL do Distrito Federal e donos de alguns restaurantes locais foram entrevistados, o que permitiu conhecer a realidade da cidade.

A abordagem desta pesquisa foi do tipo qualitativa, pois “considera a existência de uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito” (MARCONI, 2006, p. 95). Na pesquisa qualitativa, não é necessário quantificar a análise dos dados, na medida em que o trabalho se realize, são adotados novos enfoques a partir do envolvimento do pesquisador com outras pessoas, lugares ou situações (LAGE, 2000, p.304).

A metodologia que será utilizada quanto ao objetivo da pesquisa é de uma pesquisa exploratória que “procura aprimorar idéias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível, envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares”. (DENCKER, 2007, p.151).

O objetivo da pesquisa exploratória é situar-se em um problema sobre o qual o pesquisador não tem informações ou conhecimentos suficientes para elaborar hipóteses pertinentes ou para traçar estratégias mais sofisticadas que permitam atingir objetivos precisos. (MIGUELIS, 2005, p.135)

Para a presente pesquisa, sua forma de apresentação quanto aos procedimentos técnicos, foi de pesquisa bibliográfica por meio de livros, revistas e publicações especializadas sobre o assunto, e a pesquisa documental, através de documentos de instituições públicas e privadas como a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de

Brasília (SINDHOBAR), Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e Brasília Convention & Visitor Bureau.

A pesquisa bibliográfica é “uma técnica de pesquisa que permite analisar e explicar um problema fundamentando-se essencialmente nas contribuições secundárias, ou seja, nas informações e nos dados publicados em obras de diferentes autores que versam sobre o tema estudado”. (REIS, 2006, p.21). É “desenvolvido a partir de material já elaborado: livros e artigos científicos”. (DENCKER, 2007, p.152).

Já a pesquisa documental, é:

Tipo de pesquisa que objetiva investigar e explicar um problema a partir de fatos históricos relatados em documentos. Esse tipo de pesquisa, como a bibliográfica, baseia-se em informações e em dados secundários coletados e extraídos de documentos que não receberam ainda tratamento científico. (REIS, 2006, p.23).

É obtida “por fontes diversificadas: documentos de órgãos públicos e instituições privadas; relatórios de pesquisa, relatório de empresas, tabelas estatísticas” (DENCKER, 2007, p.152).

2.1 Procedimentos de coleta de dados

A coleta dos dados deu-se por meio da realização de entrevistas abertas e estruturadas que provocaram respostas mais sinceras e amplas, aos empreendedores de alguns dos mais renomados restaurantes de Brasília, a fim de obter informações úteis para a sugestão de um roteiro gastronômico. A coleta prosseguiu, também, em alguns órgãos ligados ao turismo no Distrito Federal como SINDHOBAR e ABRASEL.

2.2 Instrumentos

Como instrumento de pesquisa, foi utilizada a entrevista, que “é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com grau de estruturação previamente definido, cuja finalidade é a obtenção de informações de pesquisa” (DENCKER, 2007, p.165).

O período compreendido da aplicação das entrevistas permeou o mês de outubro de 2008. Foram entrevistados o presidente da ABRASEL do Distrito Federal e alguns proprietários de restaurantes de Brasília, ressaltando ainda, o intuito de analisar a viabilidade deste e gerar uma contribuição sugestiva ou à crítica do mesmo.

Também serviu como base de pesquisa, alguns “documentos de órgãos públicos e instituições privadas, bem como, relatórios de pesquisa, de empresas, e até mesmo tabelas estatísticas” (DENCKER, 2007, p.152). Cabe incluir, “material já elaborado: livros e artigos científicos” (DENCKER, 2007, p.152) que também foram utilizados para esta pesquisa.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Concepções acerca do Turismo

Segundo a definição adotada pela Organização Mundial do Turismo - OMT (1998 apud ANSARAH, 2001, p. 20), o turismo “compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos ao de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócios e outros”. Em outras palavras, é “o deslocamento de pessoas de seu domicílio cotidiano, por no mínimo 24 horas, com a finalidade de retorno” (OMT, apud FUNARI, 2003, p.07). O turismo é considerado, “uma atividade socioeconômica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem visando à satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias” (LAGE, 2000, p.17).

A atividade de turismo teve início na década de 1840, na Inglaterra, quando um pastor que se chamava Thomas Cook promoveu uma viagem de trem entre duas pequenas cidades. Teve como incentivo uma reunião de protesto contra o consumo do álcool. Ao verificar o sucesso ocorrido, teve a visão de criar uma atividade a qual as pessoas pudessem se deslocar para conhecer outros lugares. Inovou, criando uma agência de viagens. A partir de então, passou a promover excursões no seu país e posteriormente, no continente europeu. Foi também o criador do guia turístico impresso. Logo, a atividade se desenvolvia gradualmente (ANSARAH, 2001).

Com o passar do tempo, a sociedade ficou mais exigente e aconteceram mudanças comportamentais dos consumidores do turismo. Fagliari, (2005, p.24) cita que:

As mudanças de paradigmas da atividade, que foram ocasionadas pela demanda e, simultaneamente, a alteraram, resultaram em maior diferenciação na atividade turística. Isso faz com que o processo decisório para a realização de uma viagem se torne mais complexa e sujeita a um maior número de variáveis. Ao mesmo tempo, essas inúmeras oportunidades vêm possibilitando ao turista moderno condições de escolher produtos que satisfaçam mais plenamente suas expectativas.

Surge então, a necessidade de segmentar o mercado, de forma a atender a um público específico para que haja maior satisfação deste. Para Ansarah (2001, p.27)

“segmentar o mercado é identificar clientes (...) possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos, dos tipos de transportes, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida”. De acordo com Lage (2000, p.30), “é preciso distinguir tipos de segmentação com características geográficas, demográficas, psicográficas, econômicas e sociais”. Descritas, segundo a autora, da seguinte maneira:

Como geográficas o turismo de praia, o turismo de montanha, o ecoturismo, por possuírem variáveis como “a urbanização de uma região, o tamanho da população, os tipos de atrativos naturais e artificiais, o clima, a proximidade da costa marítima ou de montanhas”.

Como demográficas, o turismo de terceira idade, turismo gay, turismo familiar, “com base em variáveis etárias, de sexo, ocupação, profissão, tamanho da família, ciclo de vida, raça, religião e outros interesses”.

A psicográfica que “visa basicamente descobrir e compreender as razões pelas quais as viagens são realizadas, variando o grau destes motivos para cada turista que busca maximizar a satisfação que mais se ajusta a sua necessidade e ao seu desejo” como o turismo gastronômico, turismo de compras, turismo de negócios.

A segmentação econômica “está ligada ao nível de renda dos indivíduos” como o turismo de massa; e a segmentação social, “na qual destacamos a educação, a ocupação profissional, o *status* que assume junto à expectativa social, o estilo de vida dos indivíduos, os hábitos e costumes da comunidade, e muitos outros fatores” como o turismo cultural.

É possível explorar novas formas de turismo através de diversas segmentações de mercado, nesse sentido, roteiros gastronômicos podem ser adequados segundo os tipos de segmentação referidos anteriormente. Como exemplo, pode-se adaptar um roteiro gastronômico ao público da terceira idade, oferecendo especificamente uma alimentação balanceada e saudável.

Após a segmentação de mercado, relaciona-se turismo e alimentação de forma que esta “está inserida em todos os segmentos do turismo, assim como em todos os destinos turísticos, justamente por atender a uma necessidade básica do visitante e

por fazer parte do cotidiano das comunidades receptoras” (FAGLIARI, 2005, p.30), é justamente o que será tratado na próxima seção.

3.2 Concepções acerca de Gastronomia

Para entender o que vem a ser o termo gastronomia, é necessário fazer uma inferência a alguns conceitos, dentre eles, o da Enciclopédia Britânica (*apud* HJALAGER, *tradução nossa*, 2002, p.03) que define gastronomia como “a arte de selecionar, preparar, servir, e apreciar uma comida fina”. Porém, segundo definição do Dicionário Aurélio (FERREIRA, 1993, p.270), gastronomia é a “arte de cozinhar de modo que se dê o maior prazer a quem come”. Já para Leal (1999, p. 08), a palavra gastronomia significa estudo das leis do estômago, mas a autora considera que exista um sentido muito mais amplo por trás, como a “arte de preparar as iguarias, tornando-as mais digestivas, de modo a obter o maior prazer possível”.

Tais definições foram atribuídas ao longo do tempo, à medida que o homem foi evoluindo seu modo de pensar e agir, por isso segundo Leal (1999, p.08),

Cozinhar é uma ação cultural que nos liga sempre ao que fomos, somos e seremos e, também, com o que produzimos, cremos, projetamos, sonhamos. A história da gastronomia é, portanto, uma sucessão de trocas, conflitos, desavenças e reconciliações entre a cozinha comum e a arte de cozinhar. A evolução da culinária está ligada ao clima, a maior ou menor colheita, ao tempo de guerra ou de paz, pois tudo isso interfere na vida das pessoas e, conseqüentemente, nos alimentos que elas têm a disposição.

Como conseqüência, a gastronomia acompanha as evoluções do próprio ambiente, sendo capaz de renovar-se e viajar para outras regiões, mesclando-se a uma cultura distinta da que foi proveniente.

Para Leal (1999, p.98), “a gastronomia foi então se aprimorando e vem acompanhando o homem através dos tempos, misturando ingredientes, técnicas, usos e costumes, regras morais e religiosas, aspectos geográficos, políticos e sociais”. Uma das vantagens da gastronomia é devido a sua fusão com diversas outras culturas alimentares. Fusões estas, que geralmente são bem sucedidas pelas possíveis adaptações quando deparadas ao modo peculiar de um povo.

E cada vez mais o homem viaja e troca experiências principalmente em se tratando de hábitos alimentares, logo, surge uma ligação entre gastronomia e turismo que é a integração entre os costumes de um povo com a culinária de um local, levando turistas a experimentá-los.

Utiliza-se a alimentação como mera necessidade biológica, como atrativo turístico ou até mesmo como elemento da cultura local. Independente do segmento turístico, os turistas demandam por estabelecimentos alimentícios e são atraídos pela culinária, por isso, a alimentação constitui importante fonte de receita para o turismo. (FAGLIARI, 2005, p. 13)

Tal dado pode ser evidenciado pelo fato de o setor de bares e restaurantes faturar o equivalente a 2,4% do Produto Interno Bruto (PIB) e ainda ser responsável por 8% dos empregos diretos no Brasil, o equivalente a quase seis milhões de pessoas. Além disso, é responsável por 26% do total de gastos com a alimentação do brasileiro e, no turismo, a atividade é responsável por 40% do PIB e 53% da mão-de-obra empregada, segundo dados do SINDHOBAR (2008).

Por isso, a importância de se investir em gastronomia e turismo em conjunto. Será abordada na próxima seção alguns elementos que favorecem a união dos dois.

3.3 Gastronomia e Turismo

A gastronomia constitui um componente importante na oferta de um destino turístico, pois todos os turistas têm como necessidade básica se alimentar, assim como a população local que já possui tal infra-estrutura para sua sobrevivência.

Mas não somente como forma de sobrevivência se pode integrar o turista a uma cidade, com os hábitos alimentares de uma população se pode conhecer a cultura local e possibilitar troca de experiências, como cita Schluter (2003, p.32),

A alimentação é um fator de diferenciação cultural que permite a todos os integrantes de uma cultura (sem importar seu nível de renda) manifestar sua identidade. A identidade também é comunicada pelas pessoas através da gastronomia, que reflete suas preferências e aversões, identificações e discriminações, e, quando imigram, a levam consigo, reforçado seu sentido de pertencer ao lugar que deixaram. Dessa forma vai-se criando uma cozinha de

caráter étnico utilizada com muita frequência no turismo para ressaltar as características de uma cultura particular.

Fagliari (2005, p.14) cita nesse caso, que “a gastronomia tem a capacidade de ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer”. Entretanto, os elementos culturais, os rituais e a história podem resgatar uma gastronomia nativa na medida em que as particularidades e tradições forem preservadas ao longo do tempo.

A gastronomia, então, pode se tornar além de oferta técnica do turismo um complemento para que outros setores se agreguem, como hotelaria, transportes, os próprios atrativos naturais e culturais do lugar e comércio local, de modo a desenvolver diversos negócios do ramo da alimentação, o que gera renda para a comunidade, melhorando a qualidade de vida de toda a população local.

Segundo Fagliari (2005, p.13), “ao mesmo tempo que se trabalha a questão de valorização da cultura, por meio de valorização de culinárias tradicionais e da criação de novos empregos, também se disponibiliza oferta maior e diferenciada de atrativos turísticos para visitantes”.

Daí a importância da criação de roteiros gastronômicos que enalteçam a cultura de um lugar com as peculiaridades de sua gastronomia.

3.4 Roteiros gastronômicos

Devido a forte ligação da gastronomia com o turismo, como visto anteriormente, formatar produtos que conjugue os dois, de forma a incrementar os atrativos que uma região possui, cria-se roteiros gastronômicos como cita Schluter (2003, p.71):

Devido ao fato de que a gastronomia raras vezes seja o agente motivador principal de um deslocamento turístico, recorre-se à criação de rotas temáticas e culturais que permitam integrar em um produto os elementos que individualmente não atraem interesse suficiente ou contam com certas dificuldades de promoção ou comercialização, tornando possível um produto final de maior valor que a soma das partes e incrementando assim seus benefícios econômicos e sociais.

Por isso, segundo Fagliari (2005, p.106), os roteiros gastronômicos, são definidos como “itinerários desenvolvidos e trabalhados como pacotes turísticos,

vendidos por operadoras, associações relacionadas à gastronomia e turismo e outras entidades”.

Ainda segundo a autora, os roteiros podem caracterizar diferentes enfoques, sendo assim, adaptar um produto específico às tradições gastronômicas de uma região, podem ainda, envolver visita a estabelecimentos de uma localidade ou ainda, conjugar atrativos gastronômicos com atrativos naturais ou culturais como forma de diversificá-los e complementá-los.

Brasília possui atrativos gastronômicos em potencial, freqüentados por pessoas que visitam a cidade, o que torna este setor, de alimentos e bebidas, uma fatia representativa da economia. Valendo-se também de outros setores que podem ser agregados como hotelaria, transportes, os próprios atrativos naturais e culturais e o comércio local.

Partindo desse pressuposto, o gasto que o turista tem com alimentação durante sua viagem é grande, o que pode ser analisado na pesquisa realizada pela EMBRATUR em parceria com o Brasília *Convention & Visitor Bureau*, que apresenta o perfil do turista do Distrito Federal.

A pesquisa, totalizando 97 dias de coleta de dados em fonte primária, sumarizou os maiores gastos em viagem que o turista investe na região, conforme representa a figura 1, foi elaborada a partir da execução de cinco estudos realizados nos seguintes períodos:

- 2º trimestre de 1996;
- 3º trimestre de 1997;
- 4º trimestre de 1997;
- 2º trimestre de 1999;
- 3º trimestre de 2001.

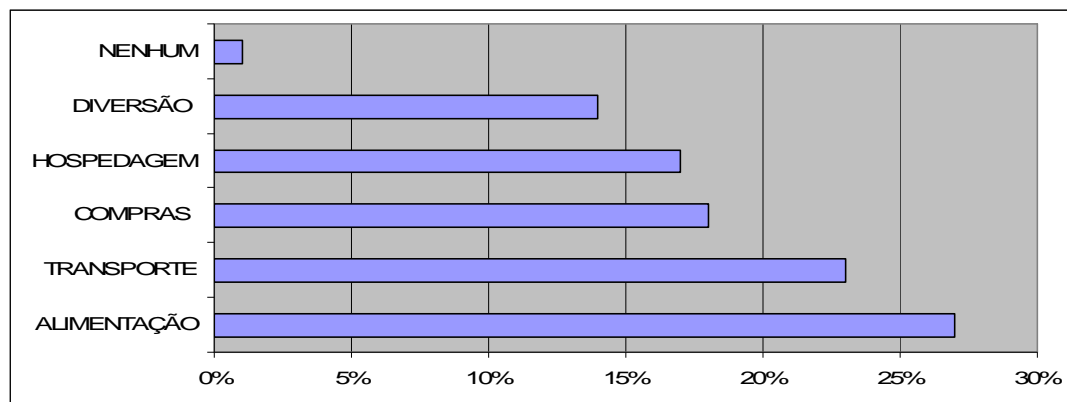
FIGURA 1- Maior Fonte de Gastos dos Turistas em Brasília nos cinco Estudos Realizados

Maior Fonte de Gastos dos Turistas em Brasília nos cinco Estudos Realizados					
Maior Fonte de Gastos dos Turistas em Brasília nos cinco Estudos Realizados	Estudo				
	1° (%)	2° (%)	3° (%)	4° (%)	5° (%)
<i>Alimentação</i>	25	21	29	30	27
<i>Transporte</i>	24	19	22	26	23
<i>Compras</i>	16	16	15	19	18
<i>Hospedagem</i>	18	6	15	13	17
<i>Diversão</i>	16	7	17	11	14
<i>Medicamentos</i>	-	-	-	0,3	-
<i>Salão de Beleza</i>	-	-	-	0,1	-
<i>Cartório</i>	-	-	-	0,1	-
<i>Combustível</i>	-	-	-	0,1	-
<i>Nenhuma Fonte</i>	1	31	2	0,4	1
TOTAL GERAL	100	100	100	100	100

FONTE: EMBRATUR e Brasília *Convention & Visitor Bureau*. **Perfil do turista do Distrito Federal.** Brasília.

De acordo com a figura 2 é possível reconhecer qual a porcentagem do total dos gastos do turista na região.

FIGURA 2- Porcentagem do total dos gastos do turista na região



FONTE: EMBRATUR e Brasília *Convention & Visitor Bureau*. **Perfil do turista do Distrito Federal.** Brasília.

A figura 3 representa segundo estudo da EMBRATUR e CONVENTION BUREAU uma perspectiva de gasto com serviços em Brasília/DF.

FIGURA 3- Perspectiva de gasto com serviços em Brasília/DF

Valor Médio dos Gastos do Turista em Brasília	
FONTES DE GASTOS	Gasto Médio Diário
	(R\$)
Hospedagem	R\$ 130,15
Compras	R\$ 51,12
Transporte	R\$ 24,75
Diversão	R\$ 33,12
Alimentação	R\$ 26,46

FONTE: EMBRATUR e Brasília Convention & Visitor Bureau. **Perfil do turista do Distrito Federal.** Brasília.

Daí a importância de se investir nesta área por meio da implementação de um roteiro gastronômico, no caso, havendo um incremento, pode-se elevar a potência dos resultados para a economia local bem como a geração de novos empregos. Uma vez que a gastronomia depende de outros setores para demandar atividades turísticas relevantes.

Dessa forma é possível conhecer como os elementos gastronômicos vêm sendo utilizados pelo turismo, sua importância enquanto atrativo e sua contribuição para o desenvolvimento local como, por exemplo, o caso do “Roteiro das Fazendas Rio de Janeiro/ São Paulo/ Minas Gerais, que constituem em antigas fazendas do ciclo colonial cafeeiro que têm sido adaptadas, quando não restauradas, para a recepção de turistas”. (ANSARAH, 2001, p.398)

3.5 Turismo e gastronomia em Brasília

Por ser uma cidade localizada no centro geográfico do Brasil, Brasília possui fácil acesso para brasileiros, o que a tornou porta de entrada para migrantes, como é citado neste trecho de Fisberg (2002, p.09):

Em Brasília, a mistura de hábitos e tradições é uma herança proveniente dos “candangos”, migrantes de várias regiões do país que vieram construir a cidade e acabaram ficando, edificando aqui suas próprias vidas, estabelecendo suas famílias e incorporando-se à realidade local, numa agradável mistura e combinação principalmente de mineiros, nordestinos e goianos.

Após a vinda destas pessoas para a cidade, esta foi ganhando novas formas planejadas pelos arquitetos Lúcio Costa e Oscar Niemeyer. Hoje, a capital do Brasil é considerada Patrimônio Cultural da Humanidade por seu desenho urbano e arquitetura arrojada, fato este que o Turismo Cívico e Arquitetônico explora como um dos segmentos do Turismo em Brasília.

Se, por um lado, a cidade é um destino para o Turismo de Negócios e Eventos, por conta da sua infra-estrutura, com 460 espaços disponíveis entre auditórios, salas de conferência, áreas de exposição, clubes sociais, estádios, ginásios de esportes, salas de espetáculos, e mansões para eventos sociais, por outro lado, é também um destino para Turismo Místico e Religioso.

O sincretismo religioso é expresso nas igrejas, santuários, mosteiro, espaços consagrados para cultos africanos, templos orientais e lugares para cultos inspirados nas revelações espirituais de todos os tipos. A mesma multiplicidade está presente na natureza, na força do cerrado nativo, com suas cavernas, lagos, rios e cachoeiras, dando espaço para o Turismo Ecológico e Rural (SETUR-DF, 2006).

Segundo dados do SINDHOBAR (2008), Brasília recebe cerca de um milhão de turistas/ ano. Os turistas vêm a Brasília, a passeio, mais especificamente a negócios. Os congressos são realizados entre os meses de fevereiro e dezembro e, por si só movimentam hotéis, bares e restaurantes, sendo fontes geradoras de empregos. Os turistas que vistam a cidade a passeio, vêm movidos pela curiosidade sobre a arquitetura e qualidade de vida de Brasília, permanecendo em média dois dias.

A miscigenação cultural provocada pelos migrantes deu grande espaço para a exploração do turismo, como citado anteriormente, mas acabou dando origem também a uma culinária variada e rica como menciona Fagliari (2005, p.124):

A culinária típica do Distrito Federal pode ser encontrada nos diversos restaurantes da cidade e também nos equipamentos de “gastronomia rural”.

Para atender ao crescente número de gastrônomos, viajantes e moradores temporários e permanentes, a cidade possui, além da culinária tradicional, uma gama de restaurantes representativos de diversas cozinhas.

Tal fato pode ser representado pelo crescimento que a gastronomia teve em Brasília, como relata em entrevista, o atual presidente da ABRASEL do Distrito Federal, Fernando Cabral: “Depois de São Paulo e do Rio de Janeiro, Brasília é considerada o terceiro pólo gastronômico do Brasil”. Compreende-se a evolução, pelo fato de Brasília possuir tamanha variedade de restaurantes, e, comparada a grandes cidades, a Capital ocupa lugar importante no ranking o que é de valia para o desenvolvimento da área na cidade.

Segundo dados representativos do SINDHOBAR (2008), todo o Distrito Federal tem cerca de 10.170 estabelecimentos ligados ao sindicato, divididos em: 3.250 restaurantes, lanchonetes e similares, 6.500 bares, casas noturnas e similares, 250 Meios de Hospedagem (hotéis, pensões) e 21 motéis.

O setor no DF emprega cerca de 95 mil pessoas (69% homens e 31% mulheres), e no Brasil, estima-se que há mais de cinco milhões de empregos. A rotatividade é alta, em média 15%, mas há exceções como garçons, maitrês e outros profissionais que estão no mesmo emprego há mais de 15 anos. Destaca-se ainda que houve aumento na média de emprego de 4% nos últimos cinco anos (SINDHOBAR, 2008).

Em 2004, a queda nas vendas foi de 12%, e em 2005, essa queda subiu para 15% devido a vários fatores, mas o principal foi a redução do poder aquisitivo da população. Atualmente este quadro está mudando e provavelmente o aumento nas vendas deverá crescer (SINDHOBAR, 2008).

Os cartões de crédito, de débito e os tíquetes eletrônicos ou impressos respondem por 74% do faturamento do setor. Nos shoppings, esse percentual sobe para 81%. Depois, vêm cheques e dinheiro. O crescimento como um todo em 2005 ficou na média em 5% (SINDHOBAR, 2008).

Os dias de maior afluência de freqüentadores durante a semana nos restaurantes, vão de segunda a sexta-feira. Geralmente, um dos motivos que leva os comensais a se alimentar fora de casa, pode ser explicado pela distância do seu local de trabalho e da própria residência (SINDHOBAR, 2008).

Existem pelo menos 150 restaurantes internacionais em Brasília, deve-se a isso, o fato de que a cidade reúne muitas pessoas, por exemplo, diplomatas, embaixadores e empresários, entre outros que vêm do exterior e vice-versa, acostumados a freqüentar esse tipo de restaurante (SINDHOBAR, 2008).

Todos esses fatores podem ser evidenciados no próximo item, que é a respeito da análise dos resultados da pesquisa realizada.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A entrevista foi aplicada no período de 22 a 30 de outubro ao Presidente da ABRASEL do Distrito Federal, Fernando Cabral, e a dois empreendedores do ramo da alimentação, dentre eles, Jorge Ferreira, dono dos restaurantes: Feitiço Mineiro, Gordeixos, Armazém do Ferreira, Bar Brasília, Bar Monumental, Café e Bar Brasil, Mercado Municipal e Bar do Mercado; e ao Francisco Ansiliero, dono da rede de restaurantes Dom Francisco.

O instrumento de pesquisa visou analisar a viabilidade de uma sugestão de roteiro gastronômico para Brasília. Para tanto, o instrumento dispõe de um total de sete questões discursivas (APÊNDICE A). A mesma entrevista foi aplicada aos três entrevistados, apenas a sétima pergunta distinta foi incluída ao presidente da ABRASEL, por se tratar de um questionamento específico ao entrevistado.

O primeiro item avaliado foi quanto ao conhecimento sobre roteiros gastronômicos no Brasil ou exterior. Ao se computar as respostas das perguntas, os roteiros conhecidos são: “Roteiros do Brasil” que faz parte do projeto “Caminhos do Sabor” da ABRASEL, a rota do vinho no Sul, e o roteiro gastronômico da Estrada Real, e os roteiros internacionais, da Itália (em Toscana), da Espanha, de Portugal e no interior da França.

Quando questionados se poderia haver turismo interessado em roteiros de gastronomia, os entrevistados responderam positivamente, pois “O turismo está totalmente casado com a gastronomia, pode-se formatar produtos gastronômicos ligados com o turismo” e “A gastronomia é referência na área turística. A pessoa quando viaja faz no mínimo três refeições por dia, e se tem poder aquisitivo, se torna básico para o desenvolvimento do turismo”.

Com relação ao público que poderia se interessar por roteiros gastronômicos, as respostas foram: “público de classe média para cima são os que mais buscam”, “todos os públicos de todos os poderes aquisitivos, mas será disponível a poderes maiores. Tanto para turistas brasileiros quanto para estrangeiros ” e também “a geração mais jovem, quem está começando, que tem interesse em culinária”.

As formas de promoção adequadas para roteiros gastronômicos que os entrevistados apresentaram foram a “promoção através de degustação, deve ter apelo visual e gustativo através de amostras. Sites interativos com fotos também podem despertar o interesse” e “guias, hotéis como referência, descontos por meio de guias ou hotéis. Pratos diferenciados ou promoções para fim de semana. Vendas antecipadas ou reservas”.

Quanto à infra-estrutura mínima necessária para que se possa implantar um roteiro em Brasília, os entrevistados responderam que “não precisa de mais nada. Está pronta. Brasília é hoje o 3º pólo gastronômico do Brasil. Cabe às empresas privadas ou ao governo incrementar” e que “possui gastronomia de alto nível, com bares e restaurantes da melhor qualidade e diversidade gastronômica, por isso tem toda condição para que aconteça”.

As respostas sobre a questão de que os roteiros devam se assemelhar com os de outros estados, foram que “os de Brasília têm que ser específicos. Em Brasília você não tem a questão da comida típica como nos outros estados. Em outros lugares a pessoa ‘esbarra’ na comida típica a cada ponto que passa, em Brasília a pessoa tem que ser orientada” e por outro lado, “tudo que se puder fazer deve ser feito. Deve haver uma forma didática para poder acrescentar aos roteiros”.

Com relação a possibilidade de elaborar um roteiro com base nos restaurantes associados a ABRASEL, foi respondido que: “perfeitamente, pois temos a diversidade representada pela ABRASEL nos bares e restaurantes associados. É uma entidade que agrega bons restaurantes e isso é uma vantagem para que se possa elaborar um roteiro”. Esta pergunta valeu-se apenas ao atual presidente da ABRASEL.

Com base na entrevista foi possível então, ter referências para elaborar a sugestão de roteiro gastronômico, como o público, o tipo de promoção, a viabilidade de se implementar em Brasília o roteiro e a possibilidade de se basear nos restaurantes associados a ABRASEL, por ser uma entidade de renome nacional no ramo da alimentação.

5 SUGESTÃO DE ROTEIRO GASTRONÔMICO

O projeto visa sugerir um roteiro gastronômico, e para que isto aconteça, é preciso seguir algumas etapas para desenvolvimento dos atrativos que se envolverão no roteiro.

Primeiramente, segundo Fagliari (2005, p.183), deve haver análise do potencial dos elementos gastronômicos, através de “pesquisas que estudem a infraestrutura existente de acordo com o público-alvo”. Conforme mencionado na entrevista, Brasília possui infraestrutura necessária “com bares e restaurantes da melhor qualidade e diversidade gastronômica”.

Prosseguindo as etapas do desenvolvimento, a conjugação de enfoque nos atrativos, pode dar ao estabelecimento duas funções (FAGLIARI, 2005, p.183). Uma dessas funções, por exemplo, pode-se citar o restaurante Dom Francisco, que pode ter a finalidade apenas alimentícia, mas outras pessoas podem procurá-lo por ser um restaurante de renome na cidade, que possui uma privilegiada carta de vinhos e extrema qualidade em seus pratos. De acordo com a revista Veja Brasília (2008), ganhou título de restaurante com a melhor carta de vinhos.

Deve haver a definição do público, que quando direcionado, trabalhe de forma particular (FAGLIARI, 2005, p.184). Segundo entrevista, o público que poderia se interessar seria o “público de classe média para cima”, “tanto para turistas brasileiros quanto para estrangeiros”.

Como sugestão ao roteiro, a escolha da culinária utilizada pode fortalecer a promoção e a demanda em atrair os públicos diversos. Geralmente, segundo Fagliari (2005, p.185), a culinária típica é a mais explorada para estes roteiros específicos.

Para Fagliari (2005, p.185), as formas de organização dos atrativos podem ser por meio de parcerias (entre entidades públicas e privadas, por exemplo); selos de identificação, que proporciona confiabilidade ao turista; atribuição de cunho gastronômico a atrativos variados; calendários temáticos da gastronomia local; aulas de gastronomia; a criação de rotas turísticas ou por meio de locais de produção; *fermes-aubergues*, entendidos como esquema de aproveitamento de recursos rurais. De

acordo com a autora, existe em Brasília uma iniciativa parecida denominada “gastronomia rural”.

A promoção dos atrativos pode ser feita de variadas formas, como o uso das palavras corretas para promover os atrativos gastronômicos; promoção da imagem do destino relacionada a um prato principal e promoção do destino pelos meios de comunicação (FAGLIARI, 2005, p.188). As sugestões dos entrevistados também podem ser utilizadas tais como “promoção através de degustação, sites interativos com fotos também podem despertar o interesse” e “guias, hotéis como referência, descontos por meio de guias ou hotéis”.

Partindo desse pressuposto, pode-se elaborar um roteiro gastronômico de forma que se explore e desenvolva o turismo em Brasília. Como sugerido por Fernando Cabral, os roteiros podem ser divididos por estilos. Os estilos seriam: roteiro de alta-gastronomia (restaurantes com chefs renomados e culinária sofisticada), roteiro de gastronomia internacional (restaurantes de culinária de outros países) e roteiro de gastronomia brasileira (restaurantes com culinária típica de todos os estados brasileiros).

Seis restaurantes no máximo seriam escolhidos, sendo que o almoço e o jantar têm como opção, duas alternativas de restaurante. A escolha dos bares e restaurantes foi feita pela própria autora, tendo como base o guia proposto pela ABRASEL, e também, o guia Veja Brasília (2008). Lembrando que a proposta do roteiro é dar como sugestão alguns estabelecimentos alimentícios a serem visitados em Brasília.

O turista que visita Brasília, geralmente permanece poucos dias na cidade, a sugestão de um roteiro gastronômico compreenderia então, a seguinte idéia: um roteiro com no máximo dois dias de duração, onde além de visitar os restaurantes selecionados conforme o estilo do roteiro, também envolveria passear e conhecer alguns dos principais pontos turísticos da cidade. Adiante é possível visualizar uma amostra dos três estilos de roteiro sugeridos.

Roteiro de Alta-Gastronomia

<u>1º dia- Roteiro Alta Gastronomia</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Catedral Metropolitana de Brasília	Av. L2 Sul 601– Asa Sul	(61) 3225-3196
09:30	Palácio do Itamaraty	Esplanada dos Ministérios Bloco H - Palácio Itamaraty	(61) 3411-9095
10:00	Congresso Nacional	Palácio do Congresso Nacional - Eixo Monumental	(61) 3321-7333
11:30	Praça dos Três Poderes	Esplanada dos Ministérios - Praça dos Três Poderes	-
12:30	1ª opção de almoço- Restaurante Your's	QI 11 s/n Bloco I lj 46- Lago Sul	(61) 3248-0184
12:30	2ª opção de almoço- Restaurante Don'Durica	CLN 201, Bloco A- Asa Norte	(61) 3326-1045
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Palácio da Alvorada	Setor de Hotéis e Turismo Norte	-
15:00	Palácio do Jaburu	Avenida das Nações - Estrada Parque Presidencial	-
15:30	Ponte JK	-	-
16:00	Pontão do Lago Sul	QL10 - lotes 1 a 33- Lago Sul	(61) 3364-6090
16:30	Lanche-Café Martinica	CLN 303, Bloco A, Loja 4	(61) 3326-2357
20:00	1ª opção de jantar- Restaurante Zuu A.Z. D.Z.	SCLS 210 Bloco C – Loja 38 –Asa Sul	(61) 3244-1039
20:00	2ª opção de jantar- Restaurante Dudu Camargo	CLS 303, Bloco A, Loja 3- Asa Sul	(61) 3323-8082

<u>2º dia- Roteiro Alta Gastronomia</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Museu Nacional	Eixo Monumental, Explanada dos Ministérios	(61) 3325-5220
10:00	Torre de TV	SDC Eixo Monumental	(61) 3325-5735
11:00	Memorial JK	Eixo Monumental Oeste – Praça do Cruzeiro	(61) 3321-6778
12:30	1ª opção de almoço- Restaurante Oliver	SCES Tr 2 s/n It 2	(61) 3323-5961
12:30	2ª opção de almoço- Restaurante La Bússola	CLS 103, Bloco B, Loja 12- Asa Sul	(61) 3323-5262
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Templo da Legião da Boa Vontade	SGAS 915 – Lotes 75 e 76 –Asa Sul	(61) 3245-1070
15:30	Igrejinha Nossa Senhora de Fátima	EQS 307/308	(61) 3242-0149
16:00	Santuário Dom Bosco	SEPS 702 Bloco B – Asa Sul	(61) 3223-6542
16:30	Lanche- Confeitaria Daniel Briand	SCLN 104 Norte, Bloco A – Loja 26-Asa Norte	(61) 3326-1135
18:00	Pôr do sol na Ermida Dom Bosco	SHIS QI 29 – Lago Sul	(61) 3367-2949
20:00	1ª opção de jantar- Restaurante Piantella	SCLS 202, Bloco A – Loja 34 –Asa Sul	(61) 3224-9408
20:00	2ª opção de jantar- Restaurante Universal Dinner	CLS 210, Bloco B, Loja 30- Asa Sul	(61) 3443-2089

Roteiro de Gastronomia Internacional

<u>1º dia- Roteiro de Gastronomia Internacional</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Catedral Metropolitana de Brasília	Av. L2 Sul 601 Md. 3 /4 – Asa Sul	(61) 3225-3196
09:30	Palácio do Itamaraty	Esplanada dos Ministérios Bloco H – Palácio Itamaraty	(61) 3411-9095
10:00	Congresso Nacional	Palácio do Congresso Nacional – Eixo Monumental	(61) 3321-7333
11:30	Praça dos Três Poderes	Esplanada dos Ministérios – Praça dos Três Poderes	-
12:30	1ª opção de almoço- Restaurante Lagash	SCLN 308 – bloco B – loja 11/17 –Asa Norte	(61) 3273-0098
12:30	2ª opção de almoço- Restaurante Corrientes 348	CLS 411, Bloco D, Loja 36	(61) 3345-1348
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Palácio da Alvorada	Setor de Hotéis e Turismo Norte	-
14:45	Palácio do Jaburu	Avenida das Nações – Estrada Parque Presidencial	-
15:10	Ponte JK	-	-
15:30	Pontão do Lago Sul	QL10 – lotes 1 a 33- Lago Sul	(61) 3364-6090
16:00	Embaixadas		-
16:30	Lanche-Confeitaria Francesa	SCLS 203 Bloco C, s/n Loja 5-Asa Sul	(61) 3225-3276
20:00	1ª opção de jantar- Restaurante Alice	QI 17, Comércio Local, Bloco F, Loja 201 – Lago Sul	(61) 3362-1099
20:00	2ª opção de jantar- Restaurante Villa Borghese	CLS 201, Bloco A, Loja 33	(61) 3226-5650

<u>2º dia- Roteiro de Gastronomia Internacional</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Museu Nacional	Eixo Monumental, Explanada dos Ministérios	(61) 3325-5220
10:00	Torre de TV	SDC Eixo Monumental	(61) 3325-5735
11:00	Memorial JK	Eixo Monumental Oeste – Praça do Cruzeiro	(61) 3321-6778
12:30	1ª opção de almoço- Restaurante Unanimità	SCLS 408, bloco C – loja 25 –Asa Sul	(61) 3244-0666
12:30	2ª opção de almoço- Restaurante Fred	CLS 405, Bloco B, Loja 10	(61) 3443-1450
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Santuário Dom Bosco	SEPS 702 bloco B - Asa Sul	(61) 3223-6542
15:30	Igrejinha Nossa Senhora de Fátima	EQS 307/308	(61) 3242-0149
16:00	Templo da Legião da Boa Vontade	SGAS 915 - Lotes 75 e 76 -Asa Sul	(61) 3245-1070
16:30	Lanche-Belini Pães e Gastronomia	SCLS 113 - bloco D - loja 35 Asa Sul	(61) 3345-0777
18:00	Pôr do sol na Ermida Dom Bosco	SHIS QI 29 - Lago Sul	(61) 3367-2949
20:00	1ª opção de jantar- Ichiban Sushi	SCLS 405 Bloco A Loja 18 Asa Sul	(61) 3224-9408
20:00	2ª opção de jantar- Pata Negra Taberna Espanhola	SCLS 413, Bloco A, Lojas 1 e 2- Asa Sul	(61) 3345-0641

Roteiro de Gastronomia Brasileira

<u>1º dia- Roteiro de Gastronomia Brasileira</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Catedral Metropolitana de Brasília	Av. L2 Sul 601 Md. 3 /4 - 70200-610 – Asa Sul	(61) 3225-3196
09:30	Palácio do Itamaraty	Esplanada dos Ministérios Bloco H - Palácio Itamaraty	(61) 3411-9095
10:00	Congresso Nacional	Palácio do Congresso Nacional - Eixo Monumental	(61) 3321-7333
11:30	Praça dos Três Poderes	Esplanada dos Ministérios - Praça dos Três Poderes	-
12:30	1ª opção de almoço- Restaurante Feitiço Mineiro	CLN 306, Bloco B, Lojas 45/51	(61) 3272-3032
12:30	2ª opção de almoço- Xique- Xique	CLS 107, Bloco E, Loja 2	(61) 3244-5797
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Palácio da Alvorada	Setor de Hotéis e Turismo Norte	-
15:00	Palácio do Jaburu	Avenida das Nações - Estrada Parque Presidencial	-
15:30	Ponte JK	-	-
16:00	Pontão do Lago Sul	QL10 - lotes 1 a 33-Lago Sul	(61) 3364-6090
16:30	Lanche- Sorbê Sorvetes	SCLN 405 BI C Lj 41-Asa Norte	(61) 3347-7478
20:00	1ª opção de jantar- Restaurante Mangai	SCES conjunto 41 – Lago Sul	(61) 3225-0186
20:00	2ª opção de jantar- Restaurante Marietta	SHIS QI 09 bloco A lojas 18/24	(61) 3364-3091

<u>2º dia- Roteiro de Gastronomia Brasileira</u>			
<i>Manhã</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
09:00	Museu Nacional	Eixo Monumental, Explanada dos Ministérios	(61) 3325-5220
10:00	Torre de TV	SDC Eixo Monumental	(61) 3325-5735
11:00	Memorial JK	Eixo Monumental Oeste – Praça do Cruzeiro	(61) 3321-6778
12:30	1ª opção de almoço- Fogo de Chão	SHS Quadra 5, Bloco E- Asa Sul	(61) 3322-4666
12:30	2ª opção de almoço- Patú Anú	Setor de Mansões do Lago, trecho 12, conjunto 1, casa 7	(61) 3369-2788
<i>Tarde</i>			
<i>Hora</i>	<i>Local</i>	<i>Endereço</i>	<i>Telefone</i>
14:30	Templo da Legião da Boa Vontade	SGAS 915 - Lotes 75 e 76 -Asa Sul	(61) 3245-1070
15:30	Igrejinha Nossa Senhora de Fátima	EQS 307/308	(61) 3242-0149
16:00	Santuário Dom Bosco	SEPS 702 bloco B - Asa Sul	(61) 3223-6542
16:30	Lanche- Bendito Suco	SCLN 413, Bloco E, Loja 19	(61) 3039-1600
18:00	Pôr do sol na Ermida Dom Bosco	SHIS QI 29 - Lago Sul	(61) 3367-2949
20:00	1ª opção de jantar- Bar do Mercado	SCRS 506 Bloco B, Loja 46	(61) 3244-7999
20:00	2ª opção de jantar- Tapiocaria O Paraíba	SCLS 405, Bloco B, Loja 06	(61) 3244-2221

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao traçar o problema de pesquisa e os respectivos objetivos, pretendeu-se demonstrar, por meio de uma proposta de um roteiro gastronômico, como o turismo pode ser desenvolvido em Brasília, pelo fato de ainda não haver nenhum roteiro similar e a cidade possuir demanda para que se possa propô-lo.

Ao analisar o perfil gastronômico de Brasília, segundo dados fornecidos pelo SINDHOBAR, constatou-se que há um número elevado de restaurantes na cidade e que a área emprega várias pessoas, promovendo a economia local.

Aplicando os questionários ao Presidente da ABRASEL e aos dois empresários do ramo da alimentação, foi possível verificar a possibilidade de se sugerir tal roteiro a partir da sugestão dos entrevistados, informações estas que foram fundamentais para atingir os objetivos da pesquisa.

Os resultados da pesquisa mostram que os entrevistados têm conhecimento sobre roteiros gastronômicos e que pode sim haver turismo interessado nesta proposta, de forma que “pode-se formatar produtos de gastronomia e casá-los com o turismo”. Outro dado, que também foi possível ser observado, diz respeito ao tipo de público que pode se interessar por um roteiro gastronômico em Brasília.

Outras sugestões obtidas por meio das entrevistas é o tipo de promoção e quanto a disposição de infra-estrutura mínima necessária. Constatou-se que a cidade tem estrutura para que se possa então, interligar o turismo e a gastronomia, por possuir restaurantes de qualidade e pontos turísticos atraentes e variados, o que foi possível observar com essa sugestão de roteiro.

O roteiro foi elaborado e dividido em estilos, que são: roteiro de alta-gastronomia (restaurantes com chefs renomados e culinária sofisticada), roteiro de gastronomia internacional (restaurantes de culinária de outros países) e roteiro de gastronomia brasileira (restaurantes com culinária típica de todos os estados brasileiros).

Como sugestão, seis restaurantes para cada estilo de roteiro foram selecionados e visitas a 15 pontos turísticos de Brasília. A escolha dos restaurantes para o roteiro baseou-se em alguns bares e restaurantes associados à ABRASEL, e ao

Guia da Revista Veja Brasília (2008), com no máximo dois dias de duração, além de visitar os restaurantes selecionados, conforme o estilo do roteiro, também envolveria passear e conhecer alguns dos principais pontos turísticos da cidade. Os atrativos turísticos utilizados são os mesmos nos três roteiros por se tratar dos mais procurados e o enfoque maior ser nos bares e restaurantes sugeridos em cada roteiro.

A necessidade de maiores informações sobre a área e escassez de materiais sobre o assunto foram percebidas como limitações do presente estudo.

Como proposta para pesquisas futuras a respeito de roteiros gastronômicos, pode-se citar, como exemplo, um roteiro com aulas práticas em alguns restaurantes, onde o cliente, além de se alimentar, poderá cozinhar ao lado de algum chef de cozinha conceituado de Brasília.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes -ABRASEL. **Os associados**. Disponível em: <<http://www.abraseldf.com.br/associados>>. Acesso em: 12 nov. 2008, 21:32:00.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (organizadora). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2 ed. São Paulo: SENAC, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9 ed. São Paulo: Futura, 2007.

Instituto Brasileiro de Turismo- EMBRATUR e Brasília Convention & Visitor Bureau. **Perfil do turista do Distrito Federal**. Brasília.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FISBERG, Mauro, WEHBA, Jamal, COZZOLINO, Silvia Maria Franciscato. **Um, dois, feijão com arroz: A alimentação no Brasil de norte a sul**. São Paulo: Atheneu, 2002.

FUNARI, Pedro Paulo, PINSKY, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2003.

HJALAGER, Anne-Mette, RICHARDS, Greg. Tradução nossa. **Tourism and Gastronomy**. Londres: Routledge, 2002.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo Cesar (organizadores). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares. **A história da gastronomia**. São Paulo: Senac, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MIGUELIS, Carmen. **Pesquisa: por que os administradores precisam entender disso?** São Paulo: E-Papers Serviços Editoriais LTDA, 2005.

REIS, Linda G. **Produção de monografia- da teoria à prática**. São Paulo: Senac, 2006.

REVISTA VEJA BRASÍLIA. **Revista Veja**. Brasília. Abril de 2008.

SCHLUTER, Regina G.; Tradução Roberto Sperling. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SECRETARIA DE TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. **Folder de Brasília**. Brasília.

Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Brasília- SINDHOBAR. **Informações sobre o nosso setor**. Brasília. 2008.

APÊNDICE A

- 1) Há conhecimento ou se tem notícia de algum roteiro gastronômico no Brasil e/ ou exterior? Qual? Explique.
- 2) Pode-se considerar que haja turismo interessado em roteiros de gastronomia? De que forma?
- 3) Que tipo de público pode interessar-se por roteiros gastronômicos?
- 4) Que tipo de promoção considera ser a mais adequada para um roteiro gastronômico?
- 5) Brasília dispõe de infra-estrutura mínima necessária (quanto a bares e restaurantes) para que se possa implantar um roteiro gastronômico?
- 6) Os roteiros devem se assemelhar com os de outros estados? Como?
- 7) É possível elaborar um roteiro gastronômico com base nos restaurantes associados a ABRASEL? Por quê?

Questionário adaptado de:

SCHLUTER, Regina G.; Tradução Roberto Sperling. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.